**BAB I PENDAHULUAN**

1. **LATAR BELAKANG**

Es pisang ijo merupakan salah satu kuliner Indonesia. Makanan ini khas dari daerah Makassar. Keunikan rasa dari makanan ini membuatnya terkenal di seantero nusantara. Dan mulai mendapat tempat di hati para pecinta kuliner Indonesia.

Kuliner jenis es cukup diminati oleh masyarakat Purbalingga karena kondisi cuacanya yang panas. Dibandingkan dengan yang lainnya, kandungan gizi es pisang ijo cukup bagus. Es pisang ijo mengandung 397 kkal sehingga dapat disebut sebagai sumber energi bagi tubuh. Selain itu kehadiran es pisang ijo di Purbalingga tentu saja akan menambah khazanah kuliner di kota ini.

Tim penyusun merancang wirausaha ini tidak semata – mata sebagai wirausaha yang berorientasi pada laba saja. Namun juga sebagai wirausaha yang peduli kepada lingkungan. Maka, tim penyusun memilih nama wirausaha Es Pisang Ijo Go Green. Dengan maksud bahwa kegiatan wirausaha ini juga mengkampanyekan Go Green dan sebagian keuntungannya digunakan untuk mendanai kegiatan – kegiatan pencegahan pemanasan global. Hal ini merupakan terobosan baru untuk mengajak masyarakat agar lebih peduli kepada lingkungan.

Wirausaha es pisang ijo juga bisa dijadikan alternatif lapangan kerja baru. Wirausaha tersebut memiliki peluang untuk dijadikan *franchise*. Dengan begitu wirausaha ini secara tidak langsung memiliki peran dalam proses pengurangan pengangguran dan pencegahan pemanasan global.

1. **LUARAN YANG DIHARAPKAN**
2. Menjadi wirausaha yang mampu melestarikan kuliner khas Indonesia
3. Menciptakan lapangan kerja baru untuk masyarakat Purbalingga
4. Menjadi wirausaha yang peduli kepada lingkungan
5. **MANFAAT KEGIATAN**
6. Bagi mahasiswa,digunakan untuk mengembangkan kreatifitas dan inovasi produk pangan.
7. Bagi masyarakat, yaitu untuk mendapatkan lapngan kerja baru.
8. Bagi pemerintah, kita dapat menyumbangkan salah satu solusi mengurangi pengangguran dan menambah penghasilan negara bila usaha ini kelak sukses.

**BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA**

1. **ANALISIS PEMASARAN**
2. **Kekuatan ( Strength )**
3. Memiliki anggota yang solid dan berpendidikan tinggi karena dikerjakan oleh mahasiswa
4. Memiliki pengetahuan yang cukup tentang kuliner, khususnya es pisang ijo
5. **Kelemahan ( Weakness )**
6. Personil tim masih sibuk dengan kegiatan akademis perkuliahan
7. Keterbatasan modal
8. **Peluang ( Opportunity )**
9. Karakter masyarakat Purbalingga yang menyukai minuman es
10. Bahan baku mudah didapatkan di Purbalingga
11. Belum banyaknya penjual es pisang ijo di Purbalingga
12. **Tantangan ( Threats )**
13. Memiliki pesaing yang lebih berpengalaman
14. Banyaknya varian kuliner jenis es di Purbalingga
15. **ANALISIS PESAING**

Di Purbalingga, masih sedikit pedagang makanan yang menjual es pisang ijo. Namuntidak menutup kemungkinan nantinya tidak sedikit orang akan melakukan apa yang kami lakukan ini. Tetapi selagi ada kesempatan kami mencoba memanfaatkan pasar yang masih sedikit pesaing ini untuk bersaing secara sehat.

Meskipun pesaing yang menjual es pisang ijo masih sedikit di Purbalingga, pesaing yang menjual kuliner es jenis lainnya cukup banyak dan patut diperhitungkan juga. Beberapa varian kuliner es yang ada di purbalingga diantaranya : es dawet ayu, sop buah rumput laut, capuccino cincau, es kelapa muda dan lain-lain. Namun dengan strategi pemasaran yang menarik tentu saja wirausaha ini bisa ikut bersaing dan menambah khazanah kuliner di Purbalingga.

**BAB III METODE PEMASARAN**

Beberapa strategi pemasaran yang akan tim penyusun berlakukan pada wirausaha Es Pisang Ijo Go Green antara lain :

* + - 1. Mempublikasikan produk secara masif melalui media sosial. Dewasa ini peran media sosial dalam bidang publikasi sangat efektif. Dengan media sosial diharapkan Es Pisang Ijo Go Green bisa cepat dikenal oleh konsumen.
      2. Memasang brosur dan pamflet

Kami akan membuat desain menarik untuk dijadikan brosur dan pamfet. Akan kami pasang dan sebar di tempat – tempat strategis sehingga mudah dibaca oleh khlayak ramai.

* + - 1. Membuat merk dan logo perusahaan yang unik

Merk dan logo perusahaan berpengaruh pada penjualan produk. Semakin unik maka semakin banyak konsumen yang melirik dan tertarik.

* + - 1. Memuat misi sosial untuk peduli kepada lingkungan. Misi sosial yang kami maksud adalah penghijauan kembali (Go Green) untuk mencegah pemanasan global.
      2. Mendesain tempat lokasi wirausaha dengan konsep Go Green
      3. Menyediakan layanan pesan antar (*delivery order)*
      4. Menerapkan strategi promosi yang unik dan memuat misi sosial penghijauan kembali. Contoh dari strategi promosi tersebut antara lain :
  1. Setiap pembelian produk, konsumen mendapatkan brosur berisi tips – tips Go Green.
  2. Bagi konsumen yang membeli produk dengan jumlah lima buah akan mendapatkan diskon 10%, dengan syarat memakai pakaian berwarna hijau saat melakukan transaksi (berlaku kelipatan).
  3. Bagi konsumen yang membeli produk dengan jumlah minimal tiga buah akan mendapatkan sticker atau souvenir yang berasal dari daur ulang.
  4. Bagi konsumen yang membeli produk dengan jumlah sepuluh buah akan mendapatkan bibit tanaman pohon (berlaku kelipatan).
     + 1. Mengadakan kegiatan-kegiatan penghijaun kembali (Go Green) yang melibatkan masyarakat dan konsumen.

**BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN**

1. **BIAYA KEGIATAN**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. BIAYA INVESTASI | | | |  | | |  | |  | |  |
| **Modal Awal** | | | | | | |  | |  | |  |
| **No** | **Nama** | | | **Harga** | | |  | |  | |  |
| 1 | Modal Sendiri | | | 500.000 | | |  | |  | |  |
| 2 | Dana dari PKM | | | 7.000.000 | | |  | |  | |  |
| **Jumlah** | | | | **7.500.000** | | |  | |  | |  |
|  | |  | |  | | |  | |  | |  |
| 2. BIAYA PRODUKSI | | | |  | | |  | |  | |  |
| **Biaya Tetap** | | | | | | | | | | | |
| **No** | **Peralatan** | | **Volume** | | **Satuan** | | | **Harga Satuan** | | | **Total harga** |
| 1 | Pisau | | 3 | | Bh | | | 20.000 | | | 60.000 |
| 2 | Kukusan | | 1 | | Bh | | | 80.000 | | | 80.000 |
| 3 | Talenan | | 2 | | Bh | | | 15.000 | | | 30.000 |
| 4 | Panci ukuran sedang | | 2 | | Bh | | | 40.000 | | | 80.000 |
| 5 | Penggorengan Teflon | | 2 | | Bh | | | 45.000 | | | 90.000 |
| 6 | Baskom | | 1 | | Bh | | | 20.000 | | | 20.000 |
| 7 | Gelas Ukur | | 1 | | Bh | | | 15.000 | | | 15.000 |
| 8 | Timbangan | | 1 | | Bh | | | 30.000 | | | 30.000 |
| 9 | Wadah Plastik Tinggi | | 6 | | Bh | | | 15.000 | | | 90.000 |
| 10 | Wadah Plastik Pendek+lebar | | 2 | | Bh | | | 20.000 | | | 40.000 |
| 11 | Spatula Kayu | | 1 | | Bh | | | 15.000 | | | 15.000 |
| 12 | Saringan Santan | | 1 | | Bh | | | 20.000 | | | 20.000 |
| 13 | Mangkok | | 2 | | Lsn | | | 80.000 | | | 160.000 |
| 14 | Sendok Bebek (Aluminium) | | 2 | | Lsn | | | 40.000 | | | 80.000 |
| 15 | Pencapit (Aluminium) | | 2 | | Bh | | | 15.000 | | | 30.000 |
| 16 | Sendok Sayur | | 6 | | Bh | | | 10.000 | | | 60.000 |
| 17 | Gerobak | | 1 | | Bh | | | 1.000.000 | | | 1.000.000 |
| 18 | Kompor | | 1 | | Bh | | | 200.000 | | | 200.000 |
| 19 | Kulkas | | 1 | | Bh | | | 2.000.000 | | | 2.000.000 |
| 20 | Sewa Tempat | | 1 | |  | | | 2.500.000 | | | 2.500.000 |
| 21 | Banner Standing | | 1 | | Bh | | | 56.000 | | | 56.000 |
| **Jumlah** | | | | | | | | | | | **6.656.000** |  |  | |  | | 6.656.000 |
|  | |  | | |  | |  |
| **Pengeluaran Barang Habis Pakai** | | | | | | | | | | | |
| **No** | **Barang** | | **Volume** | | **Satuan** | | | **Harga Satuan** | | | **Total harga** |
| 1 | Pisang Ketan | | 1 | | Tandan | | | 50.000 | | | 50.000 |
| 2 | Tepung Terigu | | 1 | | Karung | | | 170.000 | | | 170.000 |
| 3 | Tepung Tapioka | | 1 | | Karung | | | 170.000 | | | 170.000 |
| 4 | Tepung Beras | | 1 | | Karung | | | 190.000 | | | 190.000 |
| 5 | Syrup | | 2 | | Btl | | | 20.000 | | | 40.000 |
| 6 | Susu Kental Manis | | 3 | | Kaleng | | | 10.000 | | | 30.000 |
| 7 | Agar-agar | | 1 | | Pak | | | 25.000 | | | 25.000 |
| 8 | Pasta Pandan | | 1 | | Btl | | | 15.000 | | | 15.000 |
| 9 | Kelapa Sarut | | 3 | | Bh | | | 5.000 | | | 15.000 |
| 10 | Gula | | 1 | | Kg | | | 15.000 | | | 15.000 |
| 11 | Garam | | 1 | | Kg | | | 7.000 | | | 7.000 |
| 12 | Biji Mutiara | | 1 | | Kg | | | 32.000 | | | 32.000 |
| 13 | Keju | | 1 | | Btg | | | 20.000 | | | 20.000 |
| 14 | Meses | | 2 | | Bks | | | 7.500 | | | 15.000 |
| **Jumlah** | | | | | | | | | | | **794.000** |  | |  | |  | | | 794.000 |
|  | |  | |  | |  | | |  | |  |
| **Pengeluaran bulanan** | | | | | | | | | | | |
| **No** | **Kegiatan** | | **Volume** | | | **Satuan** | | | | **Harga Satuan** | **Harga Total** |
| 1 | Air + listrik | | - | | | - | | | | 50.000 | 50.000 |
| **Jumlah** | | | | | | | | | | | **50.000** |
| **Biaya total (Biaya Tetap + Pengeluaran Habis Pakai + Pengeluaran Bulanan)** | | | | | | | | | | | **7.500.000** |
| 3.PENDAPATAN | |  | |  | |  | | |  | |  |
| **Pemasukan harian** | | | | | | | | | | | |
| **No** | **Kegiatan** | | | **Jumlah** | | **Satuan** | | | **Harga Satuan** | | **Harga Total** |
| 1 | Penjualan Es Pisang Ijo | | | 50 | | Porsi | | | 5.500 | | 275.000 |
| **Jumlah** | | | | | | | | | | | **275.000** |

4. PENDAPATAN PERBULAN

Pendapatan = (Pemasukan Harian x 30) – Biaya Produksi

= (275.000 x 30) – 7.500.000

= 8.250.000 – 7.500.000

= **750.000**

5. EFESIENSI RASIO

R/C Ratio = Penerimaan : Biaya Produksi

= 8.250.000 : 7.500.000

= **1,1**

6. RENTABILITAS

Rentabilitas = (Pendapatan Usaha : Biaya Produksi) x 100%

= (750.000 : 7.500.000) x 100%

= (1:10) x 100%

= **10%**

7. PERIODE BIAYA INVESTASI

BEP = Modal Awal Usaha : Penerimaan Perbulan

= 7.500.000 : 750.000

= **10 Bulan**

1. **JADWAL KEGIATAN**

Tabel 2. Jadwal Kegiatan

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Nama kegiatan | Bulan ke 1 | | | | Bulan ke 2 | | | | Bulan ke 3 | | | | Bulan ke 4 | | | | Bulan ke 5 | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Persiapan alat produksi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Produksi awal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Pengurusan ijin ke DepKes dan MUI |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Evaluasi bulanan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Proses produksi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Pemasaran |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Uji pasar I |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Uji pasar II |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | Rekapitulasi data hasil pelaksanaan program |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Pembuatan laporan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**DAFTAR PUSTAKA**

Sugiarto, A. 2008. *273 Bisnis Sukses*. Jakarta : Agromediapustaka.

Wahyuningtyas, E. 2008. *Strategi marketing bisnis kuliner,* Vol. 15: 187-191.

.